Focus Group é uma pesquisa em grupo de usuários

Pesquisa em grupo tem sido uma ferramenta popular em pesquisa de mercado e se tornaram mais populares na pesquisa de usuários.

Consiste em um grupo entre 5 e 10 usuarios que trabalham com um moderador, um facilitador e um pesquisador.

Vantagens e desvantagens?

Vantagens:  
Obter feedback sobre as pessoas, sobre seus problemas e como eles se comportam.

As respostas normalmente vem do consenso do grupo ou da discordância entre o grupo

Ajuda a produzir idéias e perguntas a partir da interação entre diferentes usuários, essas perguntas vão ser usadas depois no teste de usabilidade.

Desvantagens:  
Pesquisa em grupo envolve histórias sobre o comportamento e não examinam o comportamento real do usuário em seu dia a dia, o que isso significa, não é um teste de usabilidade, você não consegue avaliar COMO ou PORQUE.

Você vai depender da honestidade das pessoas.

Os participantes dominantes podem distorcer os resultados do grupo

Moderar um grupo é difícil

Isolar um participante é uma boa ideia depois da pesquisa em grupo.

Se preparando para uma pesquisa de focus group:

Escolha um bom moderador, alguém que tenha experiência.

O seu cliente precisa trabalhar com o moderador em um plano de discussão e sobre os critérios para recrutar participantes.

Desenvolva um plano de análise, esse plano vai definir como os resultados serão avaliados (template disponível).

Decida os incentivos de seus participantes.

Recrute seus participantes, lembre-se de agendar a data e horário certiho peça aos participantes para chegar 15 minutos antes.

Realize um teste piloto com um pequeno grupo interno. Modifique a estrutura da pesquisa com base nos resultados do teste piloto.

Dia da pesquisa

Alguns passos serão necessários. Atenção!

Confira a instalação onde o grupo de foco será executado para garantir que o áudio e o vídeo estejam configurados corretamente

Quando os participantes chegarem para a sessão, convide-os para a instalação e fornaçe alguns biscoitinhos e lanches. Isso quebra o clima inicialmente

Certifique-se de que você tenha tags de nome. Faça com que as pessoas se apresentem rapidamente

Descreva o tópico e as regras para a sala. Essas regras podem ser simples: aguarde a sua vez para falar, aceite a opinião do colega, você pode comentar opiniões ao final da pesquisa

Comece o Focus Group com uma boa pergunta geral que todos possam responder. A primeira pergunta deve ser aquela que faz com que todos falem

Siga o guia de discussão e tente cobrir todos os tópicos/perguntas que são importantes para o seu cliente.

Ao final da sessão, resuma os pontos-chave que surgiram, pergunte se há algum comentário final e agradeça aos participantes.

Imediatamente após a pesquisa, passe algum tempo analisando e anotando insights para gerar seu relatório de idéias. É importante pois a memória vai estar fresca.

Tem que entregar um formulário de consenso.

Case study Focus group com crianças

Vamos a um exemplo do que já aconteceu com outras pessoas.

O cara foi contratado para o focus groups com crianças, para uma empresa de brinquedos inteligentes.

Começou com um estudo geral dos produtos e do publico alvo. Anoitei algumas características que eu precisava para os participantes do focus group.

Crianças de 8 a 15 anos, com um interesse em robótica, computadores e tecnologia

Então montou o time:

1 moderador com mais exp, 1 ux designer e a pessoa

O inicio do focus group com perguntas de abertura:

Voces acessam a internet? Quais websites que visitam?

Voces tem computador, tablete ou celular em casa?

Já tentaram desmontar algum brinquedo?

O que vocês querem ser no futuro?

Perguntas especificas, exemplo:

Querem aprender a montar o seu próprio computador?

Para montar um computador vocês querem um manual ou vao tentar sozinhos?

Já pensaram em desenvolver seu próprio jogo de computador?

Qual o jogo vocês desenvolveriam?

Montando um brinquedo vocês encontram um problema, vocês desistem ou tentam mais?

Deu uma pausa pois a sala começou a perder o interesse, o que é normal.

Começaram a testar o grupo e entender se o brinquedo tinha validação para as crianças.

Pedimos que eles se agrupassem e começassem a montar o computador, assistimos por 20 minutos. Anotaram alguns insights.

1 observação: Sentimento: participantes estão felizes, tristes, desinteressados, engajados?

2 observação: Comunicação: participantes estão falando sobre o produto? O que estão falando?

3 observação: Ação: Conseguiram atingir as metas? Tiveram dificuldades? Quais as dificuldades? Usaram manual ou tentaram sem manual?

No fechamento da pesquisa, deixaram as crianças perguntarem algumas coisas.

Como eram crianças, também deixaram os pais para validar preço, mercado e interesse em compra.

O que anotar durante a pesquisa em grupo?

Citações interessantes, pontos-chave, temas comuns, perguntas dos usuários, ideias e insights.

Resumo

As primeiras vezes vao ser difíceis, você vai perder o controle da sala, mas não desiste de tentar e evoluir suas habilidades.

Dica: prepare um plano de pesquisa sobre o instagram seguindo tudo que aprendeu nessa aula, reúna a família na sala e realize o seu primeiro focus group.